

Universidad-industria



En el mundo de hoy, cada vez más globalizado, se reconoce la innovación como un factor clave de competitividad para generar de un desarrollo económico. El sector empresarial busca cada vez más integrarla como parte de su estrategia, dado que, de omitirlo, se quedaría en una situación de riesgo con la posibilidad de ser desplazada por otros actores que *no necesariamente vienen de su mismo sector industrial*.

Para hablar de innovación, necesitamos definir qué entendemos por ésta, y aquí empieza el problema, debido a que diferentes instituciones y secretarías gubernamentales adoptan el término o definición que más se les acomoda.

Si seguimos la definición del Dr. Henry Chesbrough, de la Universidad de Berkley, en California, EE.UU., autor que dio a conocer el término *innovación abierta*, innovación es “introducir nuevos productos, servicios o modelos de negocio al mercado”. Chesbrough habla, además, de diferentes niveles de innovación, destacando a la disruptiva como aquélla que cambia las prácticas sociales.^{1,2}

Hay otras acepciones del término, las cuales presento, no para confundir, sino para reconocer que los criterios para definir este término varían y se usan de acuerdo a intereses particulares de las empresas o sectores gubernamentales.

- La innovación siempre ha sido clave para el éxito de un negocio y para crear riqueza.³
- Toda organización necesita una competencia diferenciadora: innovación, y cada organización necesita una manera de registrarla y medirla.⁴

Éstas sólo son algunas de las definiciones y aplicaciones actualmente empleadas. Sin embargo, en la definición no está el problema; éste reside en la interpretación y la aplicación en cuanto a la comercialización de *nuevos productos, procesos, equipos o modelos de negocio*. Que otras empresas o países tengan una mayor claridad y más rápida aplicación, promoción e incremento de actividades económicas basadas en innovación, llevará a que, aunque hayamos logrado ser más productivos por nuestras mejoras, algunas veces mal llamadas innovaciones, seremos desplazados porque esa otra empresa, o país, resultó más competente que nosotros, aun cuando nuestra productividad y esfuerzos de calidad sean altos y loables.

Las empresas en Latinoamérica, incluyendo a México, deben aprender a usar el concepto de “innovación abierta”, apoyándose en las universidades

* Universidad Autónoma de Nuevo León, Dirección de Innovación.

innovacionuanl@uanl.mx

locales y centros de investigación y así manejar la dicotomía entre mejora continua-innovación.

En diferentes reportes sobre el desarrollo económico sustentable y la competitividad de las economías, la innovación o nivel de valor agregado que aportan sus sectores representa una de las estrategias a evaluar.

En el Reporte de Competitividad Global 2010 (GCR, por sus siglas en inglés: Global Competitiveness Report),⁵ las economías se dividen en tres categorías: 1) basadas en factores; 2) basadas en eficiencia, 3) basadas en innovación. México se ubica en la etapa dos, que se refiere a economía basada en eficiencia, ubicándose en la posición número 66 de 139 economías comparadas.

En la Unión Europea, uno de los índices en su *scorecard* usados para medir la innovación es el de las patentes, así como el indicador de los nuevos productos que una empresa lanza a nuevos mercados o mercados en los que la empresa ya participa. En la figura 1 se muestran las solicitudes de patentes de Nuevo León y de México, se observa que las canti-

dades, en su mayoría, son de empresas extranjeras en el país, que quieren proteger sus diferentes procesos.

Como medida de comparación, el número de patentes que un país de la Comunidad Europea registra es de 230 por año. Es claro que debe haber un vínculo fuerte, mediante el conocimiento, entre las universidades y las empresas, para que estas últimas sobrevivan en un ambiente globalizado.

En la figura 2 se muestra tanto el número de proyectos como los montos resultado de las vinculaciones que la UANL tuvo con el sector empresarial de Nuevo León, de 2009 a 2011. El número de proyectos decreció el monto asignado, en 2011 fue 33% superior al de 2009.

Hay una preocupación en todo el país referente a lo que tenemos que hacer para mejorar la competitividad de nuestro sector productivo. El Sistema Nacional de Innovación se creó antes de que se hablara de desarrollo tecnológico, como ahora se habla de innovación.

En la figura 3 se presenta la distribución e índice de Gasto en investigación y desarrollo (GIDE) como

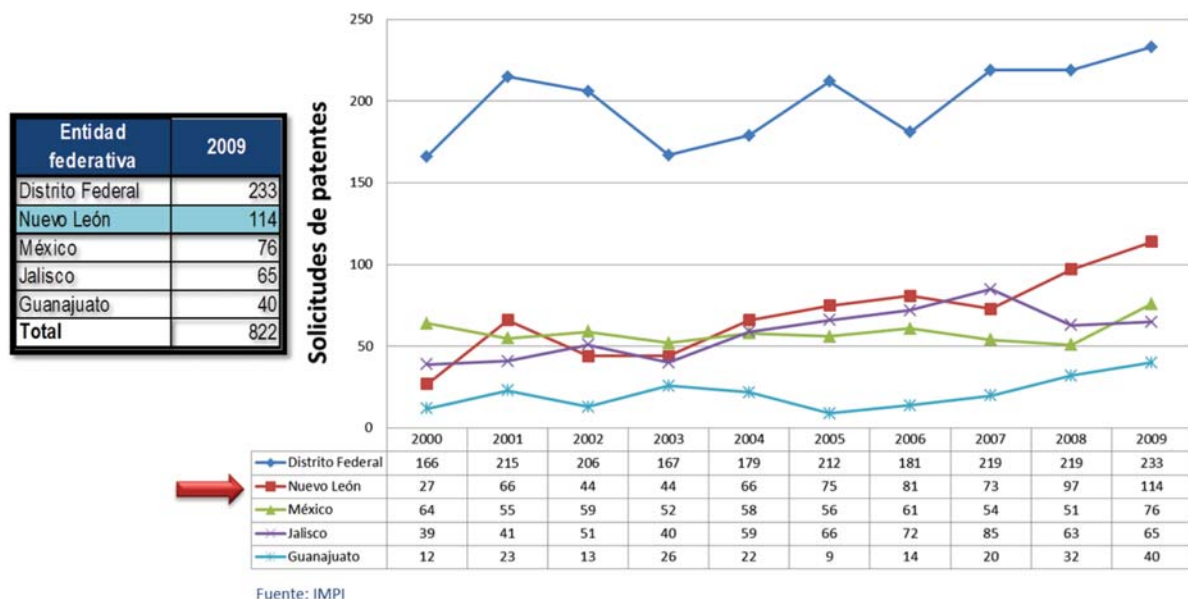


Fig. 1. Solicitudes de patentes por estado 2009 (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)).

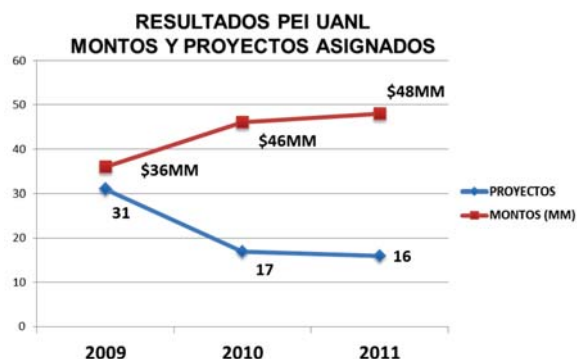


Fig. 2. Programa de Estímulos a la Innovación/UANL, 2009-2011.

Gastos en IDE % PIB 2009	
Venezuela	0.33%
México	0.46%
Portugal	0.75%
España	1.12%
Australia	1.550%
Singapur	1.88%
Holanda	2.02%
Estados Unidos	2.62%

Fig. 3. Gasto en investigación y desarrollo (GIDE) comparativo, OCDE.

porcentaje del PIB a 2009. Hay una correlación entre el gasto en las instituciones de educación superior en ciencia y tecnología y la competitividad de un país, *¿qué necesitamos hacer para lograr que nuestro índice de competitividad mejore?*

CONCLUSIONES

La innovación conlleva una comercialización de un nuevo producto, servicio, proceso o un nuevo modelo de negocio. Cuando se basa en el conocimiento, por lo general, existe una patente que soporta el desarrollo comercializado. En las empresas es necesario establecer una cultura permisible a la innovación y diferente de la mejora continua. En estudios

realizados en EE.UU., los directores opinan que el problema de la innovación no está en la creatividad, sino en la planeación, el establecimiento dentro de la empresa de una cultura de innovación y la implementación de lo que queremos introducir al mercado.

Por esto, los esfuerzos de vinculación no son fáciles en nuestro país, y lo realizado en la UANL para lograr esto es de vital importancia para ir cambiando la composición industrial en nuestro estado, y así establecer una verdadera economía con base en la innovación, transitando por la economía basada en el conocimiento, gracias a la aplicación del concepto de *open innovation*.

BIBLIOGRAFÍA

1. Chesbrough, Henry W., "Innovación de servicios abiertos: reinvente su negocio para crecer y competir en una nueva era". España, Plataforma Editorial. 2011. 390 p.
2. Chesbrough, Henry W., "Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology". United States of America, Harvard Business School Press. 2006. 227 p.
3. Jonathan Low and Pam Cohen Kalafut: "Invisible Advantage: How Intangibles Are Driving Business Performance", 2002.
4. Petter Drucker., "Innovation and Entrepreneurship", Elsevier, 2007.
5. The Global Competitiveness Report 2010-2011, 2010 World Economic Forum. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf, recuperado mayo 2011
6. Altshuller, G.S., "Creativity as an Exact Science: The Theory of the Solution of Inventive Problems". United Kingdom, Gordon and Breach Science Publishers. 1984. 319 p.